

# STRATEGI PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN DI KOTA BUKITTINGGI

oleh

Aldian Sanesta

Email : [Aldiansanesta90@gmail.com](mailto:Aldiansanesta90@gmail.com)

Pembimbing Dr. H. Zaili Rusli SD, M.Si

Jurusan Ilmu Administrasi – Prodi Ilmu Administrasi Negara

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Universitas Riau

FISIP Universitas Riau, Kampus Bina Widya Km. 12,5 Simpang Baru Panam,  
Pekanbaru, 28293

**Abstract : Development Strategy of tourism at Bukittinggi City.** Bukittinggi City Tourism Development is an area of the city and one of the main tourist destination in West Sumatra with the introduction of Bukittinggi as a "City Tour" starting since March 11, 1984. Field of tourism in the regions designated as potential Bukittinggi based on natural and geographical conditions of Bukittinggi, its strategic position is a triangle crossing to the north, east and south of Sumatra that eases access tourists or people who want to visit a small city with myriads of this story. Besides having the natural beauty of the city of Bukittinggi is also a struggle that many stores the value of history and cultures in it. Under these conditions, formulated the problem of how the development of tourism in the city of Bukittinggi and the factors that influence the development of tourism in the city of Bukittinggi. This study uses the theory Elittan to determine strategies used in the development of tourism in the city of Bukittinggi, qualitative research with descriptive method. Researchers are trying to reveal the facts in accordance with the reality. This study did not look for or explain ties, not test hypotheses or make predictions. Data will be explained with apaa danya to obtain an understanding. From the results of this study concluded that the strategy of development of tourism in the city of Bukittinggi to involve the whole among the noble of the Stakeholde, community stempat and the nomads with the concept of Tourism-based community that creates a sense of tourism awareness and stepping to the strategy undertaken in the development of tourism can run well , but still a bit constrained in the implementation on the ground in the form of regional financial, qualified human resources, limited investment in tourism, the lack of development of tourism products as well as coordination across sectors that have not been together but slowly but surely constraints faced in the development of tourism in the city of Bukittinggi will be minimized so that tourism in the town Bukittinggi can provide maximum service and best

**Key word : Strategy ,Tourism Development, Tour City**

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara dengan berjuta keindahan alamnya yang terbentang dari timur papua hingga barat pulau sumatra didukung dengan letak geografis Indonesia yang berada digaris khatulistiwa sehingga Keindahan ini menjadi daya tarik bagi para wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia, oleh karena itu pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang mendapat perhatian pemerintah untuk terus dikembangkan dan diprioritaskan karena sektor ini dinilai cukup berpotensi bagi pengembangan perekonomian rakyat serta penghasilan devisa Negara dari komoditas non migas.

Undang-undang republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Bab II pasal 3, menyatakan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani serta intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan Negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat, Pariwisata diharapkan dapat memacu dan memobilisasi pertumbuhan perekonomian masyarakat, jika keindahan alam ini dikelola dengan baik maka akan menghasilkan *income* dan meningkatkan pembangunan yang berkelanjutan terhadap daerah-daerah tersebut

Pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development*) merupakan pembangunan

yang dicapai dengan menyeimbangkan tiga elemen utama dalam pembangunan pariwisata yaitu Lingkungan, Ekonomi, dan Sosial. Prinsip umum dalam pembangunan kepariwisataan berkelanjutan yaitu:

1. Menyeimbangkan pemanfaatan lingkungan dengan manfaat ekonomis dari kepariwisataan
2. Menyeimbangkan pemanfaatan sumberdaya lingkungan dengan perubahan nilai sosial dan komunitas yang disebabkan oleh penggunaan sumberdaya lingkungan
3. Menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan dampak pertumbuhan ekonomi pada nilai sosial dan komunitas.

Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional atau disebut RIPPARNAS tahun 2010 – 2025. Menegaskan bahwa RIPPARNAS memiliki arti strategis bagi bangsa Indonesia karena pembangunan pariwisata Indonesia memiliki kontribusi yang signifikan dalam pembangunan ekonomi nasional sebagai instrument peningkatan perolehan devisa, dan disebutkan bahwa RIPPARNAS menjadi sangat penting bagi pembangunan kepariwisataan Indonesia karena (1) memberikan arah pengembangan yang tepat terhadap potensi kepariwisataan dari sisi produk, pasar, spasial, sumber daya manusia, manajemen, dan sebagainya sehingga pariwisata Indonesia dapat tumbuh dan berkembang secara positif dan berkelanjutan bagi pengembangan wilayah dan kesejahteraan masyarakat,

(2) mengatur peran setiap *Stakeholders* terkait baik lintas sektor, lintas pelaku, maupun lintas daerah/wilayah agar dapat mendorong pengembangan pariwisata secara sinergis dan terpadu.

Visi pembangunan kepariwisataan nasional adalah terwujudnya Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan dan mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat. Untuk mewujudkan visi tersebut ditempuh 4 (empat) strategi pembangunan kepariwisataan, yang meliputi destinasi pariwisata yang aman, nyaman, menarik, dan mudah dicapai; pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul dan bertanggung jawab; industri pariwisata yang berdaya saing; dan organisasi pemerintah, Pemerintah daerah, swasta dan masyarakat yang efektif dalam mendorong terwujudnya pembangunan kepariwisataan berkelanjutan.

RIPPARNAS menempatkan 50 DPN yang tersebar di 33 provinsi, dan 88 Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) yang mencakup 50 DPN. secara rinci dijelaskan dalam ayat 1 dan 2 pasal 10 PP No. 50 tahun 2011, dan kota Bukittinggi termasuk kedalam salah satu target daerah DPN tersebut, sekaligus didukung oleh perda nomor 25 tahun 1987 sebagai daerah Pengembangan Pariwisata dan Kota Tujuan Wisata utama di Propinsi Sumatera Barat dengan dicanangkannya kota Bukittinggi sebagai “Kota Wisata” terhitung semenjak tanggal 11 Maret 1984.

Kota Bukittinggi pada zaman kolonial Belanda disebut dengan *Fort de Kock* dan dahulunya dijuluki sebagai *Parijs van Sumatra* selain kota sejarah kota Bukittinggi juga dikenal akan pariwisatanya dengan pemandangan yang indah, pegunungan yang elok, ngarai yang eksotis, kota ini memiliki hubungan persaudaraan yang baik dengan Seremban di Negri Sembilan, Malaysia yang disebut juga dengan kota kembar / kota bersaudara (*Sister City*) Yang disepakati melalui upacara Peresmian dan penanda tanganan pernyataan bersama Kota Bersaudara antara Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II Bukittinggi, Propinsi Sumatera Barat, Indonesia dengan - Majelis Perbandaran Seremban, Negeri Sembilan, Malaysia, yang dilangsungkan tanggal 6 Desember 1986 di Bukittinggi.

Bidang Kepariwisataan ditetapkan sebagai potensi unggulan daerah Kota Bukittinggi adalah berangkat dari kondisi alam dan geografis Kota Bukittinggi itu sendiri. Posisinya yang strategis merupakan segitiga perlintasan menuju daerah utara, timur dan selatan Sumatera. Serta dengan dikelilingi oleh tiga gunung yaitu Gunung Marapi, Singgalang dan Sago seakan menjadi tonggak penyangga untuk memperkokoh kota Bukittinggi. Inilah yang menyebabkan kota Bukittinggi disebut juga sebagai “Kota Tri Arga” yang memiliki cuaca berhawa sejuk

Disamping itu Bukittinggi juga dilengkapi dengan peninggalan sejarah yang dapat dikategorikan sebagai keajaiban seperti, Lobang Jepang, benteng Fort De Kock, jam Gadang,

Rumah Kelahiran Bung Hatta, Museum Tri Arga dan lain sebagainya. Hal ini membuktikan Bukittinggi sebagai kota tua yang sarat dengan sejarah, salah satunya yang selalu melekat dengan sejarah bangsa yaitu Bukittinggi menjadi Ibu Kota Republik pada masa kemerdekaan Indonesia yang di kenal dengan pemerintahan darurat republik Indonesia (PDRI) pada bulan Desember 1949 – Juli 1950. Kota ini berada di tengah-tengah dan berbatasan langsung dengan kecamatan-kecamatan yang ada di kabupaten agam dan memiliki akses perlintasan dari dalam dan luar provinsi Sumatera Barat

Adapun kebijakan yang di tempuh dinas kebudayaan dan pariwisata dalam pengembangan kepariwisataan di kota bukittinggi yang tertuang dalam Rencana Strategis (RENSTRA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi adalah :

- I. Kebijakan pembangunan bidang pariwisata diarahkan pada :
  1. Peningkatan koordinasi, integrasi dan sinkronisasi antara instansi dan pelaku industri pariwisata.
  2. Peningkatan kualitas dan intensitas promosi pariwisata.
  3. Pengembangan destinasi dan objek wisata.
  4. Peningkatan akses menuju objek, event dan paket wisata.
  5. Sosialisasi dalam rangka menumbuhkan apresiasi dan sadar wisata bagi masyarakat.
  6. Penyiapan sumber daya manusia yang profesional di bidang pariwisata.

II. Kebijakan pembangunan budaya, dalam jangka panjang diarahkan untuk pengembangan suatu tatanan masyarakat Kota Bukittinggi yang menghargai dan melestarikan identitas dan kearifan nilai budaya lokal sebagai bagian integral dari kepribadian nasional, serta memiliki kemampuan beradaptasi dan merespons setiap perubahan yang disebabkan oleh kemajuan teknologi dan informasi. Sedangkan dalam lima tahun kedepan pembangunan bidang kebudayaan terutama diarahkan pada :

1. Revitalisasi lembaga-lembaga adat agar berfungsi dan berperan dalam pembangunan masyarakat.
2. Meningkatkan apresiasi dan partisipasi masyarakat terhadap pengembangan kebudayaan daerah.
3. Mengelola, mengembangkan dan memperkenalkan peristiwa budaya, kesenian daerah, dan benda-benda budaya untuk dikemas sebagai objek wisata yang menarik untuk dijual.

kebijakan tersebut jika dilaksanakan dengan baik diharapkan dapat lebih meningkatkan dan mengembangkan pariwisata di kota Bukittinggi, sehingga dapat memberikan dampak terhadap masyarakat sebagaimana *multiplier effeck*, sehingga kepariwisataan di Kota Bukittinggi dapat berjalan dengan baik dan memberikan kontribusi dalam pengembangan kepariwisataan Kota Bukittinggi.

Bukittinggi menduduki peringkat pertama dalam jajak pendapat tentang persepsi "Kota Terindah (*The Most*

*Beautiful City*) di Indonesia" menurut para traveler atau wisatawan. Pesona keindahan kota dengan hawa sejuk (dingin) ini mengalahkan daya tarik Bandung, Yogyakarta bahkan Jakarta hingga Denpasar di Bali yang selama ini disebut-sebut sebagai kota favoritnya para traveler, baik wisatawan nusantara (Winus) maupun wisatawan mancanegara (Wisman).

Setiap daerah mempunyai potensi untuk memajukan daerahnya jika potensi tersebut mampu dikelola dengan baik maka akan memberikan efek yang signifikan terhadap daerah tersebut. Hal yang perlu dilakukan untuk mencapai kemajuan tersebut satu-satunya adalah dengan mengeksplorasi serta mengembangkan berbagai potensi dan keunggulan yang dimiliki daerah, oleh karena itu bidang Kepariwisata merupakan kajian yang serius untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Bukittinggi Akibat diberhentikannya kontrak kerjasama iklan dengan perusahaan rokok sebagai bagian dari peraturan daerah No 1 tahun 2012 tentang Kawasan Tanpa Rokok (KTR) terhitung sejak tanggal 1 desember 2014 maka pendapatan asli daerah (PAD) kota Bukittinggi bakalan berkurang dari pendapatan pajak reklame rokok

Dengan di canangkannya kota Bukittinggi sebagai kota wisata maka pemerintah bukittinggi khususnya dinas kebudayaan dan pariwisata harus bergerak cepat berinovasi dalam pengembangan kepariwisataan di kota Bukittinggi agar tidak kehilangan citranya, dan dengan melekatnya falsafah adat

Minang Kabau "*Adat Basandi Sarak, Sarak Basandi Kitabullah*" di kota Bukittinggi sehingga memberi batasan bagi wisatawan yang berkunjung ke Bukittinggi untuk menghormati serta memahami budaya adat istiadat kota Bukittinggi, serta dengan adanya permasalahan tanah ulayat berakibat terhadap perkembangan kepariwisataan di kota Bukittinggi karena itu diperlukan inovasi oleh pemerintah dan para *Satakeholder* dalam beroperasi mencari solusi alternative lain dalam mengembangkan kepariwisataan di kota Bukittinggi

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi pengembangan kepariwisataan di kota bukittinggi serta faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan kepariwisataan di kota Bukittinggi.

## METODE

Metode penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, yakni menggambarkan atau menjelaskan permasalahan yang ada dengan memberikan jawaban atas permasalahan-permasalahan yang ada pada saat penelitian dilakukan (pada saat sekarang) atau masalah-masalah yang bersifat aktual. Maka pemecahan masalah yang ada dilakukan dengan cara menggambarkan suatu keadaan, data, status, fenomena berdasarkan fakta-fakta yang ada.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Strategi Pengembangan

#### Kepariwisataan di Kota Bukittinggi

Pengembangan ekonomi kreatif telah menjadi alternatif solusi, sekaligus strategis global dalam tetap menjaga pertumbuhan ekonomi, di tengah pelambatan ekonomi global. Ekonomi kreatif yang bertumpu pada pengetahuan dan kreatifitas sebagai “Nilai Jual” nya telah mampu menjelma menjadi kekuatan baru dalam memenangkan kompetisi dan pengembangan ekonomi.

Ekonomi kreatif akan dapat berkembang dengan pesat bila interaksi *triple helix* yang terdiri dari intelektual (*Intellectual*), bisnis (*Business*) dan peran pemerintah (*Government*) sebagai para aktor utama penggerak dapat terus dioptimalkan dalam menggerakkan lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan, dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya ekonomi kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang, dan bersimbiosis mutualisme antara ke-3 aktor tersebut, dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model ekonomi kreatif, akan menentukan pengembangan ekonomi kreatif yang kokoh dan berkesinambungan. Untuk itu seyogyanya interaksi *triple helix* dapat terus dioptimalkan untuk menumbuh kembangkan peningkatan ruang publik sebagai etalase produk kreatif, pusat-pusat perbelanjaan agar menggunakan ruang publik oleh karena itu sektor pariwisata di kota Bukittinggi memberi ruang untuk memperagakan industri kreatif tersebut selain pariwisata menjadi potensi unggulan di kota ini

Pariwisata memiliki kriteria-kriteria yang memenuhi syarat serta berpotensi sehingga layak untuk dijual. Ada tiga kriteria yang menentukan pariwisata dapat diminati wisatawan, yakni:

- a. *Something To See* adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang biasa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain objek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.
- b. *Something To Do* adalah agar wisatawan bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax, berupa fasilitas rekreasi baik arena bermain atau tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah tinggal di sana.
- c. *Something To Buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

### 1. Strategi Teknologi

Fenomena *E-government* yang sedang menjadi trend saat ini Ternyata pemanfaatan TI di pemerintahan tidak seperti yang kita bayangkan, pengertian TI di pemerintahan masih sebatas komputer untuk pengetikan dan mendukung proses administrasi semata. Fungsi TI untuk proses pengolahan data dan transaksi yang kompleks serta



penyediaan informasi publik masih jauh dari harapan.

Secara umum saat ini SIM merupakan kebutuhan setiap kalangan baik itu bagi instansi pemerintahan maupun organisasi lainnya. Hal ini disebabkan karena data yang disimpan suatu organisasi harus selalu diperbaharui dan terus adanya perkembangan dalam memberikan layanan informasi, sehingga keberadaannya dapat membantu memberikan keputusan dengan cepat. Untuk bidang pariwisata maka SIM dapat digunakan untuk mengelola data yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan, industri pariwisata maupun pemerintah. Data pariwisata yang banyak dan selalu bertambah membutuhkan pengelolaan yang tepat. SIM punya kemampuan untuk membantu mengambil keputusan, dan juga menyediakan informasi bagi pengguna data dan informasi pariwisata. Keberadaan sistem informasi manajemen yang terintegrasi dengan baik, disertai dengan dukungan sistem komputer

Disamping kesiapan dari sistem pengelola data maka orang yang membangun struktur sistem informasi ini harus benar-benar mengerti kebutuhan pengguna data tersebut, karena informasi pariwisata memiliki karakteristik data yang sangat beragam seperti objek dan daya tarik, data hotel, data sarana transportasi, dan data-data fasilitas lain, hingga ke data statistik seperti jumlah wisatawan dan pemandu wisatanya, perlu dikelola secara terintegrasi. Data-data ini juga sangat dinamis, sehingga kompleks dalam pemilihannya, serta harus diperhatikan masalah keakuratan atau

kebenaran datanya. Kegunaan dari setiap data juga harus diperhatikan berdasarkan segmen pasar penggunaannya. Berikut data-data yang umumnya dibutuhkan dalam Perencanaan Pariwisata :

1. Data Rencana Pengembangan :
2. Data Wisatawan :
3. Data Industri Pariwisata :
4. Data destinasi pariwisata :
5. Analisis :
6. Hasil Analisis :

Kehadiran internet terutama tersedianya website/ portal pariwisata yang handal, lengkap dan interaktif tentu sangat mendukung promosi tujuan wisata yang ada di suatu daerah, sebagai contoh : sebuah website pariwisata milik suatu pemerintah daerah memuat suatu promosi perjalanan wisata ke daerah yang meliputi:

- (a) Lokasi obyek wisata (dimana, apa saja yang bisa dilihat),
- (b) Waktu yang dibutuhkan,
- (c) Perkiraan biaya,
- (d) Pendukung yang terkait (hotel, restoran, toko souvenir, sarana hiburan, atraksi wisata), Saran souvenir yang perlu dibeli,
- (e) Budaya lokal (adat istiadat, bahasa, kesenian dan lain-lain)

Teknologi yang tersedia harus dipilih dengan tepat, terutama menyangkut jenis layanan wisata yang ditampilkan, untuk sekadar publikasi, maka cukuplah sebuah website yang memuat info pariwisata di kota bukittinggi, berupa gambar/ foto-foto dan narasi serta informasi yang diberikan

masih bersifat satu arah, hanya berisi penjelasan supaya masyarakat mengetahui (*Web Presence*).

Sedangkan untuk layanan yang lebih kompleks dan rumit diperlukan teknologi yang lebih “*Advance*” misalnya : diperlukan adanya website yang interaktif dengan animasi flash, gambar dan link yang lengkap, sehingga calon wisatawan bisa meminta suatu penjelasan secara lebih detail. Perlu ditambah pula menu semacam, jadwal trayek atau peta jalan interaktif sehingga memudahkan calon customer untuk bisa sampai di suatu tempat, perlu dipikirkan pula menu transaksi yang harus ada misalnya Reservasi hotel, nilai tukar mata uang, kamus, waktu/ jam, pembayaran *Online*, layanan sms interaktif, (*interaktif voice response/ call center*), dan lain-lain.

Agar suatu website diminati oleh calon wisatawan maka diperlukan beberapa hal penunjang sebagai berikut :

1. Informasi harus di *up date* secara berkala (events, info baru, berita, artikel, gambar, film, animasi, dll)
2. Suatu Website juga harus responsif terhadap request dan pertanyaan (banyak yang tidak menjawab email) serta tanggap terhadap keinginan pengunjung dan komunikatif (memahami alasan mengapa audiens web mendarat di suatu website).
3. Sesuaikan dengan target pembaca/ pengunjung dengancara penyampaian informasi (calon wisatawan asing membutuhkan informasi dalam bahasa Inggris/ atau bahasa asing lainnya dan dalam bahasa Indonesia).

Dengan kecanggihan teknologi terkini yang telah merambah dunia globalisasi maka dirasa perlu untuk terus mengembangkan penggunaan teknologi dalam menunjang *E-Goverman* khususnya di bidang pariwisata namun dalam penggunaan teknologi tentunya masih ada kendala yang di hadapi dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Bukittinggi selain perkembangan teknologi yang begitu cepat kesiapan dalam penggunaan teknologi tersebut jua harus di persiapkan.

Kemampuan SDM yang relatif masih rata-rata dan belum sampai pada tingkat yang mahir khususnya penguasaan jaringan komputer dan internet juga mempengaruhi pengembangan *E-government* khususnya di bidang pariwisata di Kota Bukittinggi sehingga data yang akan di input tidak dapat terlaksana atau tidak sesuai dengan yang diinginkan, Pariwisata berbasis TI belum menjadi “*Minded*” dari pimpinan daerah yang dimana pada beberapa daerah, Dinas Pariwisata “dianggap” dinas yang “kering” dan “dihindari” oleh para pejabat

E-Government merupakan aplikasi pemacu untuk memasarkan serta mempromosikan tujuan dan potensi wisata di daerah, zaman sedang berubah dan suka atau tidak suka semua harus berubah termasuk sektor pariwisata daerah agar kepariwisataan tidak jalan di tempat ataupun tertinggal dengan perkembangan teknologi dan perjalanan waktu.



## 2. Strategi inovasi

Inovasi merupakan sistem aktivasi organisasi yang mentransformasikan teknologi mulai dari ide sampai komersialisai. Inovasi mengacu pada pengembangan suatu produk, proses dan jasa baru, terdapat beberapa inovasi yang dilakukan pemerintah kota Bukittinggi dalam pengembangan kota Bukittinggi semenjak dicanagkannya kota Bukittinggi sebagai kota wisata yang di lihat dari periode pertama hingga memasuki periode keempat

Pada Sepuluh tahun pertama, (1984-1993) pemahaman masyarakat dan aparat terhadap Bukittinggi Sebagai kota wisata masih *belum terlalu nampak*, semua kegiatan yang menyangkut pariwisata, pembangunan, dan kemasyarakatan dipahami hampir tak ada devinisi. Pariwisata berkembang pesat, sehingga bermunculan sanggar-sanggar, jumlah kunjungan mancanegarapun meningkat, hotel-hotel dan *homestay* mulai semakin banyak didirikan. Kota Kembar (*Sister Cities*) Bukittinggi-Seremban juga menjadi ajang diplomasi budaya dan kesenian, kepariwisataan, industri/kerajinan, kerjasama perdagangan, pendidikan dan kepemudaan.

Pembinaan Kepariwisata waktu itu dikawal melalui Cabang Dinas Pariwisata Sumatera Barat. Sarana dan Prsarana seperti Medan nan Bapaneh dan Medan nan Balinduang dibangun, pembenahan dan pembangunan sarana di objek-objek wisata dan hubungan dengan mitra kerja seperti HPI (Himpunan

Pramuwisata Indonesia), PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia), ASITA (*Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies*). Geliat Pariwisata Bukittinggi semakin tinggi dinamisasinya sejak ditetapkan sebagai kota Wisata dan sekaligus Kota Tujuan Wisata Propinsi Sumatera Barat , dan pada tanggal 11 Maret 1984 Bukittinggi dicanangkan sebagai Kota Wisata dan Daerah Tujuan Wisata Utama di Sumatera Barat. Kemudian pada bulan Oktober 1987 ditetapkan sebagai daerah Pengembangan Pariwisata Propinsi Sumatera Barat dengan Perda Nomor 24 tahun 1987.

Namun 10 tahun ke dua, (1994-2003) mulai agak memudar, karena kegiatan dan kehidupan kepariwisataan di Bukittinggi berjalan bagaikan rutinitas dan mulai berjalan sendiri-sendiri dengan arah sendiri-sendiri, baik pelaku pariwisata, masyarakat dan aparatur. Apalagi ketika terjadinya *krisis multidimensi* pada tahun 1997-1998, Kepariwisataan di Bukittinggi bagaikan hilang arah. Walaupun tetap berjalan dengan pesat namun kesatuan visioner untuk membangun dunia kepariwisataan mulai bercabang. Maka di 10 Tahun ke 2 tersebut diformat ulang melalui kegiatan PEDATI (Pameran Seni Dagang dan Industri ) yang berlangsung setiap tahun mulai tahun 2001 sampai tahun 2011. Metode promosi mulai dilakukan dengan Safari Lintas Wisata ke berbagai daerah dan luar negeri, delegasi kesenian dan budaya digerakkan untuk membangun opini dan promosi wisata Bukittinggi.

Dengan diberlakukannya Otonomi Daerah berdasarkan UU No 22 Tahun 1999, maka di tahun 2001 dibentuklah Kantor Pengelola Pariwisata. Maka mulai sejak 2001 sampai 2004 dilakukan revitalisasi besar-besaran terhadap objek wisata Bukittinggi seperti Panorama dan Lobang Jepang, Kawasan Jam Gadang, Benteng Fort de Cock, Pembangunan Meseum Zoologi, Pembangunan Perpustakaan Proklamator Bung Hatta, Janjang 40, Pembuatan Medan nan Bapaneh di Panorama, Pembangunan Kawasan Kantor Walikota Baru di Gulai Banchah, Revitalisasi Makam Pahlawan, dan lain-lain.

Di 10 Tahun ke 3, (2004-2013) diperlukan kembali evaluasi bagaimana menata ulang pengelolaan pariwisata ke depan, seiring dengan perkembangan teknologi informasi, persaingan usaha jasa, dan menghadapi perekonomian global yang sudah sudah merobah wajah dan sistem dunia. Dalam dekade ini tumbuh dan berkembang objek-objek wisata baru sebagai “pesaing” Kota Bukittinggi sebagai Kota Wisata. Diantaranya kota Padang Panjang yang berkembang setelah direvitalisasinya kawasan Minangkabau Village menjadi objek wisata modern Minang Fantasi, Kota Sawahlunto dengan Kota Wisata Tambang yang Berbudaya, dan kota/kabupaten lain yang berlomba-lomba mempromosikan objek wisatanya, apalagi setelah berlangsungnya Even Internasional Tour de Singkarak (TDS) yang melibatkan beberapa Daerah di Sumatera Barat ke dalam rute dan etape TDS tersebut, maka semakin terbukalah bahwa Sumatera Barat itu punya banyak

potensi yang bisa dikembangkan. Sehingga Pariwisata Kota Bukittinggi, merasa terpacu *adrenalin*-nya untuk terus berbenah, karena Bukittinggi bukan lagi pemain tunggal dalam dunia Pariwisata di Sumatera Barat.

Dalam Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat Nomor 13 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Sumatera Barat Tahun 2012 – 2032 disebutkan bahwa Rencana pengembangan kawasan pariwisata dalam Pasal 43 disebutkan bahwa: Destinasi Pengembangan Pariwisata (DPP) yang terdiri dari 7 koridor, dimana DPP I, meliputi koridor Kota Bukittinggi, Kabupaten Agam, Kabupaten Pasaman, Kabupaten Limapuluh Kota, dan Kota Payakumbuh. Dominasi atraksi adalah budaya, belanja, MICE, kerajinan, kesenian, peninggalan sejarah, danau, pegunungan, serta flora dan fauna dengan pusat layanan di Kota Bukittinggi.

Di akhir Januari 2013, diresmikan Janjang Koto Gadang yang selesai direvitalisasi oleh Tokoh Parantauan Minang dibawah koordinator “*Tifatul Sembiring*” yang waktu itu masih menjabat Menteri Komunikasi dan Informatika, janjang tersebut kemudian terkenal juga dengan *Great Wall of Koto Gadang*. Ini adalah objek wisata baru yang mendapat respon luar biasa dari masyarakat pencinta traveling. Kemudian tidak puas sampai di situ, di akhir tahun 2013, muncul lagi destinasi baru lainnya berupa objek wisata *revitalisasi* dari Janjang Saribu.

Namun kedua objek wisata di kawasan Ngarai tersebut masih perlu pembenahan pengelolaan yang lebih baik karena kawasan tersebut berada di kawasan tanah ulayat masyarakat sehingga cukup menjadi kesulitan bagi pemerintah daerah khususnya dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bukittinggi untuk mengembangkannya, sehingga di buatlah kebijakan pengelolaan antar pemerintah dengan masyarakat setempat dengan membuat sebuah badan pengelola yang terdiri dari pemilik tanah yang di koordinir oleh lembaga pemberdayaan masyarakat setempat, lahan tersebut di kelola secara professional oleh badan pengelola dan keuntungan dari hasil pendapatan tersebut dibagi antar pemilik lahan, badan pengelola dan pemerintah daerah,

Pada dekade ke 3 masih menyisakan PR yang belum terselesaikan bagi dekade ke 4 yakni Pembangunan Museum Sejarah Alam Bawah Tanah (MUSSABATA) yang belum terwujud meskipun benda-benda contennya sudah disumbangkan oleh Institut Teknologi Bandung, Universitas Goethe Germany dan museum geologi dunia lainnya. *Islamic Centre* baru sebatas fondasi dan tonggak mesjidnya. Revitalisasi Pasar Banto, dan revitalisasi sarana Parkir Wowo masih menunggu sentuhan tangan kebijakan yang *smart*.

Memasuki dekade ke 4 (2014-2023), diadakan evaluasi dan format ulang pengelolaan Kepariwisataan Bukittinggi, jika kepariwisataan kota Bukittinggi agar dapat bersaing menghadapi kompetitor di tingkat lokal,

regional maupun internasional kedepannya. Oleh karena itu dinas Kebudayaan dan Pariwisata maupun Pemerintah Daerah tidak bisa bergerak sendiri, begitu juga mitra kerja dan pelaku pariwisata baik yang bergerak di bidang jasa perhotelan, traveller, usaha kuliner, asesories, atraksi budaya dan seni, serta masyarakat sekitar objek wisata yang bersentuhan langsung dengan pariwisata. Semua masyarakat baik penduduk Bukittinggi maupun pelaku usaha yang berdomisili di Bukittinggi harus menyamakan visi dan cara pandang terhadap pengelolaan pariwisata, serta mengambil bagian peran dalam rumah besar “kepariwisataan”. Untuk itulah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bukittinggi menggagas suatu gerakan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community base Tourism*).

### 3. Strategi Operasi

Keindahan alam yang natural, keanekaragaman hayati, peninggalan bersejarah, beraneka warna seni dan budaya serta kehidupan sosial masyarakat dengan adat istiadatnya yang ragam Kota Bukittinggi menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung dan merupakan modal utama dalam Pengembangan dan Pembangunan kepariwisataan di Kota Bukittinggi.

Untuk itu, sebagai salah satu upaya pelestarian alam, seni dan budaya serta adat istiadat masyarakat, maka jenis pariwisata yang dikembangkan adalah wisata alam (Ekowisata), wisata budaya, serta wisata kuliner yang berbasis masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar

konsep pengembangan kepariwisataan yang disandang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi, yang mengusung konsep *“Terwujudnya Sadar Wisata dan Sapta Pesona yang Berbasis Masyarakat”* dapat diwujudkan.

Sesuai dengan konsep tersebut, partisipasi masyarakat merupakan suatu keharusan/prasyarat dalam pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Untuk itu, perlu upaya dalam mendorong partisipasi masyarakat dengan meningkatkan pemahaman pariwisata melalui kegiatan penyuluhan pariwisata.

## **B. Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pengembangan Kepariwisata di Kota Bukittinggi**

### **1. Keuangan daerah**

Keterbatasan Kemampuan Anggaran Pemerintah Daerah Sektor Kebudayaan dan Pariwisata yang diharapkan dapat menjadi penghasil devisa terbesar bagi daerah namun hal ini tidak diimbangi oleh ketersediaan anggaran yang memadai sehingga belum dapat mengoptimalkan berbagai kebutuhan daerah. Untuk mensiasati hal ini pemerintah daerah perlu menetapkan skala prioritas, terhadap berbagai kebutuhan dan program yang akan dilaksanakan untuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata misalnya Program Pengembangan Nilai Budaya, Pengelolaan Kekayaan Budaya, Pengelolaan Keragaman Budaya, Pengembangan Kerjasama Pengelolaan Kekayaan Budaya, Pengembangan Pemasaran

Pariwisata, Pengembangan Destinasi Pariwisata, Pengembangan Kemitraan, Pengembangan dan Peningkatan TMS-BK

### **2. Sumber Daya Manusia**

Pengembangan kepariwisataan akan berhasil apabila faktor penggerak dari kepariwisataan di kota bukittinggi mampu menjalankan tugasn sebagai mana yang seharusnya sehingga menciptakan Sumber Daya Manusia Berkualitas yang merupakan modal utama bagi pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata yakni SDM yang sehat, mandiri, beriman, taqwa, tangguh, kreatif, professional dan berwawasan. Maka oleh karena itu dinas pariwisata terus berusaha dalam pengembangan SDM yang berkualitas dan professional di bidangnya masing- masing dengan mencari kurangan dan dimiliki dan mencoba memperbaiki serta terus mengasah kemampuan

Dengan target SDM dimaksud maka akan memiliki kompetensi yang kompetitif. Oleh karena itu diperlukan pembinaan dan pengembangan SDM bidang kebudayaan dan pariwisata agar lebih berorientasi pada peningkatan kualitas bidang kebudayaan dan pariwisata Kriteria yang harus dimiliki oleh SDM yang kompeten diantaranya adalah sebagai berikut :

- Pengetahuan ( knowledge )
- Keterampilan ( Skill )
- Kemampuan ( ability )
- Perilaku ( Behavior )

### **3. Terbatasnya Investasi di Bidang Pariwisata**

Investasi merupakan salah satu kunci untuk tumbuh dan berkembangnya kebudayaan dan pariwisata daerah. Dalam upaya mewujudkan industri kebudayaan dan pariwisata yang handal baik ditingkat nasional, internasional dan regional sehingga dibutuhkan keterlibatan berbagai sektor usaha yang akan mendukung industri kebudayaan dan pariwisata. Sebagai indikasi keterlibatan swasta dalam industri kebudayaan dan pariwisata ditunjukkan pada investasi yang ditanamkan sangat dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal serta sensitive terhadap kondisi keamanan dan perkembangan investasi

### **4. Kurangnya pengembangan produk wisata**

Arus kunjungan wisata ke Bukittinggi masih mengalami pasang surut, hal ini diperkirakan masih belum terlalu tingginya minat dan motivasi wisatawan (mancanegara dan nusantara) salah satunya disebabkan oleh bentuk produk wisata yang ditawarkan. Secara keseluruhan produk wisata yang ditawarkan harus dikoordinasikan dengan biro perjalanan wisata setempat agar paket-paket wisata mengakomodir selera pasar wisatawan Indikator yang dapat menunjukkan turun naiknya aktivitas kepariwisataan antara lain dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung dan perkembangan jumlah hotel di kota Bukittinggi.

### **5. Koordinasi lintas sektor yang belum bersinergi**

Pengembangan pembangunan kebudayaan dan pariwisata merupakan bidang yang sangat kompleks dan memiliki keterkaitan dengan pihak lain seperti pelaku kebudayaan dan pariwisata (*Stakeholder*) baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Namun hubungan kelembagaan dalam wujud koordinasi antara pelaku pariwisata dirasakan masih belum optimal, sehingga upaya meningkatkan program – program pembangunan kebudayaan dan pariwisata yang lebih terpadu dan terintegrasi belum dapat diwujudkan, Dalam upaya pencapaian sasaran pembangunan dengan target kondisi keterpaduan maka hubungan antar asosiasi profesi dan hubungan pusat – daerah serta lembaga – lembaga perlu ditingkatkan

## **SARAN**

### **A. Saran**

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan dalam bab ini adalah :

1. Diharapkan kepada pemerintah daerah Kota Bukittinggi agar lebih memberikan perhatian khusus bagi pembangunan dan pengembangan kepariwisataan di kota Bukittinggi dengan mengalokasikan anggaran untuk menunjang pembangunan dan pengembangan kepariwisataan di Kota Bukittinggi yang termasuk pada potensi unggulan bagi kota Bukittinggi

- dan merupakan penyumbang PAD terbesar Kota Bukittinggi, serta meningkatkan kerjasama dengan investor baik dalam dan luar negeri untuk pembangunan dan pengembangan kepariwisataan di Kota Bukittinggi
2. Hendaknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota bukittinggi terus mengandeng para perantau, masyarakat, dan para *Stakeholder* untuk bekerjasama mempromosikan serta mengembangkan Pariwisata Kota Bukittinggi disamping penggunaan sarana Teknologi, sehingga memudahkan pelaksanaan strategi pengembangan kepariwisataan yang telah di tetapkan dalam RPJM/RPJD karena tanpa kerjasama yang baik dan berkelanjutan maka pembangunan dan pengembangan Pariwisata di kota Bukittinggi tentunya akan terhambat
  3. Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat di kembangkan dan menjadi acuan atupun perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan pengembangan kepariwisataan

## DAFTAR RUJUKAN

- Bratakusumah, Deddy Supriadi dan Dadang Sholihin. 2004. *Otonomi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Fakih, Mansor. 2005. *Perencanaan strategi bagi organisasi sosial*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Fred R David. 2004. *Manajemen Strategi*, diterjemahkan oleh Krisno Saroso. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Heene, Aime, dkk. 2010. *Manajemen Strategi Keorganisasian Publik*. Rafika Aditama. Bandung
- Hunger, J. David dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategik*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudraj. 2005. *Strategi “Bagaimana Keunggulan Kompetitif”*. Erlangga. Jakarta.
- Karyoso. 2005. *Manajemen perencanaan dan penganggaran*. Jakarta : PTIK press dan Restu Agung.
- Lene dan lina. 2008. *Manajemen Strategi Operasi Teoro dan Riset di Indonesia*. Alfabeta. Bandung
- Nawawi, Hadari. 2005. *Manajemen Satrategik Organisasi non Profit bidang Pemerintahan*. Gajah Mada university. Press. Yogyakarta.
- Patilina, Hamid. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Pendit, S, Nyoman. 2006. *Ilmu Pariwisata*. PT Pradyana Pramita. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia pustaka umum. Jakarta
- Pasolong, Harbani. 2012. *Metode dan teknik penelitian administrasi publik*. Bandung. Alfabeta.
- Sarundajang. 2005. *Babak baru sistem pemerintahan daerah*. Katahasta Pustaka. Jakarta.
- Salusu, J. 2004. *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik*



- dan Organisasi non profit*. PT. Grasendo Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, R&D*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_.2012. *Memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi. Yogyakarta.
- Tripomo, Tedjo dan Udan. 2005. *Manajemen Strategi. Rekayasa Sains*. Bandung.
- Tunggul, Amin Widjaja. 2008. *Strategi Korporat dan Strategi Bisnis Perusahaan*. Harvarindo. Jakarta.
- Wahab, Salah. 1996. *Manajemen Kepariwisata*. Diterjemahkan oleh Frans Gromang. PT Pradnya Paramita. Jakarta.
- Wibowo, B. 1990. *Pariwisata Citra dan Manajemen*. PT Bina Rena Pariwisata. Jakarta
- Yoeti, Oka A. 2005. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Angkasa. Bandung.
- Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2014 Tentang Koordinasi Strategis Lintas Sektor Penyelenggaraan Kepariwisata
- Peraturan Daerah kota Bukittinggi Nomor 11 tahun 2013 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Dinas Daerah Kota Bukittinggi.

#### **DOKUMEN :**

Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Peraturan Presiden Nomor 50 tahun 2011 Tentang Rencana Induk Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025